

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sustainable Development Goals (SDGs) adalah agenda pembangunan global yang disepakati oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015 melalui Resolusi Majelis Umum PBB No. 70/1. Tujuannya adalah untuk mengakhiri kemiskinan ekstrem, menjaga planet Bumi, dan mewujudkan perdamaian serta kemakmuran universal bagi semua orang pada tahun 2030 (United Nations General Assembly, 2015). Agenda ini, yang terdiri dari 17 tujuan yang saling terhubung, dikembangkan berdasarkan pengalaman dari *Millennium Development Goals* (MDGs) yang berakhir pada 2015. SDGs berfungsi sebagai seruan untuk aksi global yang mendorong inovasi dan kemitraan lintas batas. Salah satu pilar penting SDGs adalah SDG 3 yaitu mengenai kesehatan yang baik dan kesejahteraan (*Good Health and Well-being*) bagi semua orang di segala rentang usia.

Kesehatan adalah hak dasar setiap manusia yang menjadi prioritas utama dunia melalui tujuan pembangunan berkelanjutan. Tujuan ketiga yaitu, SDGs 3 tentang kehidupan sehat dan sejahtera, negara-negara di seluruh dunia berjanji untuk memastikan kehidupan yang sehat serta mendukung kesejahteraan bagi semua usia (United Nations, 2015). Kesehatan yang di maksud tidak hanya berarti tubuh bebas tanpa penyakit fisik, tetapi juga mencakup kesehatan jiwa secara menyeluruh. Menurut *World Health Organization*, kesehatan mental bukan hanya berarti tidak memiliki gangguan jiwa, melainkan kondisi sejahtera di mana seseorang dapat menyadari dan memanfaatkan potensi dirinya secara optimal (WHO, 2022).

WHO menetapkan beberapa indikator utama untuk menilai apakah seseorang yang sehat secara mental, yaitu mampu menghadapi dan mengelola tekanan hidup sehari-hari dengan normal, bisa bekerja dan beraktivitas secara produktif serta memberikan manfaat bagi dirinya sendiri dan juga orang lain, mampu mengembangkan kemampuan dan bakat pribadi, serta mampu memberikan kontribusi yang berarti bagi lingkungan sekitarnya. Indikator-indikator tersebut menekankan bahwa kesehatan mental merupakan fondasi penting bagi kemampuan manusia untuk bisa hidup dengan produktif dan bermakna.

Hal ini ditegaskan dalam target SDG 3.4, yang secara spesifik mewajibkan negara-negara untuk mempromosikan kesehatan mental dan kesejahteraan sebagai bagian tak terpisahkan dari upaya untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Maka, penulis mengambil isu kesehatan mental karena relevansinya yang semakin mendesak bagian integral dari agenda pembangunan berkelanjutan global, di mana ketidakmampuan dalam menangani masalah kesehatan mental dapat menghambat pencapaian SDGs secara keseluruhan, terkhususnya di tengah tantangan ketimpangan akses layanan dan stigma yang masih kuat di banyak masyarakat.

Kesehatan mental sering kali diabaikan sebagai prioritas, padahal kesehatan mental adalah bagian tak terpisahkan dari kesehatan dan kesejahteraan umum serta merupakan hak asasi manusia yang mendasar. Meskipun pembahasan mengenai kesehatan telah menjadi agenda utama di tingkat internasional, data global konsisten menunjukkan bahwa akses terhadap layanan kesehatan masih menjadi tantangan serius. Oleh sebab itu, sebagai respons, tujuan SDGs nomor 3 secara komprehensif mencakup komitmen untuk memastikan ketersediaan layanan

kesehatan yang aman, efektif, dan terjangkau secara universal, termasuk layanan esensial bagi kesehatan mental (SEADSTEM, n.d.).

Isu kesehatan mental dan kesejahteraan kini telah menduduki posisi puncak dalam prioritas pembangunan dunia yang ditetapkan oleh PBB melalui program SDGs. Secara khusus, target 3.4 dari SDGs menargetkan semua negara untuk meningkatkan kualitas kesehatan mental dan kesejahteraan masyarakat, sebagai bagian dari upaya besar untuk mengurangi kematian akibat penyakit kronis hingga tahun 2030. Mendesaknya target ini didasari oleh temuan global yang serius, sekitar satu dari tujuh remaja di seluruh dunia menghadapi gangguan kondisi mental, dan lebih tragis lagi, bunuh diri menjadi penyebab kematian ketiga bagi kelompok usia 15–29 tahun (GoodStats, 2024; WHO, 2025). Masalah ini diperparah oleh stigma yang kuat dan sulitnya akses ke bantuan profesional, membuat banyak remaja terpaksa berjuang sendiri (Dinkes DIY, 2025). Data dari WHO mengindikasikan bahwa kesehatan mental yang sering diabaikan sebagai prioritas, mendapat lebih dari 1 miliar orang mengalami gangguan mental.

Berdasarkan data dari WHO pada tahun 2016 menunjukkan adanya 10-20% remaja di kawasan Asia Tenggara, Asia Pasifik, dan Asia Timur mengalami setidaknya satu bentuk gangguan kesehatan mental. Namun, sebagian besar kasus ini tidak terdeteksi sejak dini dan terlambatnya penanganan. Kondisi tersebut membuat gangguan kesehatan mental menjadi salah satu faktor utama penyebab kematian pada kelompok usia muda.

Remaja merupakan tahap transisi yang sangat penting dalam kehidupan manusia, ditandai dengan adanya perubahan besar pada fisik, pemikiran, dan emosional. Dalam penelitian ini, remaja merujuk pada batasan usia yang ditetapkan oleh WHO yaitu 10 hingga 19 tahun (WHO, 2021). Penentuan batas usia didasarkan pada periode yang mana adalah fase krusial dalam proses mencari jati diri yang menyebabkan mereka menjadi kelompok yang sangat membutuhkan dukungan kesehatan mental yang memadai dan tepat waktu.

Di samping itu, Permasalahan kesehatan mental semakin diperparah dengan adanya ketimpangan pada keterbatasan jumlah tenaga profesional kesehatan jiwa, biaya layanan kesehatan mental yang tinggi, serta rendahnya alokasi anggaran pemerintah untuk kesehatan mental remaja (WHO, 2018). Akibatnya, berbagai negara di kawasan tersebut mengalami tantangan besar dalam mencapai target SDGs target 3.4, yaitu untuk menurunkan angka kematian dini yang diakibatkan Penyakit Tidak Menular (PTM), termasuk gangguan kesehatan mental.

Penting untuk digarisbawahi, tingkat gangguan mental yang tinggi, khususnya pada usia remaja, menunjukkan adanya dampak besar pada modal sumber daya manusia di masa depan. Tingginya kebutuhan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kepentingan untuk menghasilkan tindakan nyata yang efektif menjadi dasar bagi munculnya kolaborasi advokasi yang unik dan berdampak luas, terutama yang menargetkan populasi remaja secara langsung. Dalam beberapa tahun terakhir, kolaborasi strategis antar aktor non-negara dan lembaga internasional untuk mendukung tujuan SDGs Nomor 3 telah mengalami peningkatan. Salah satu bentuk

nyata dari pendekatan tersebut diwujudkan melalui kolaborasi antara UNICEF dan grup musik BTS dalam kampanye '*Love Myself*'.

PBB memberikan legitimasi internasional dan dukungan global yang memperkuat dampak gerakan kampanye '*Love Myself*' yang mengubah inisiatif BTS dari sekedar fenomena budaya populer menjadi gerakan advokasi kemanusiaan dengan standar global (UNICEF, 2021). PBB juga berperan sebagai pengarah strategis agar kampanye ini dapat selaras dengan agenda pembangunan global, terkhususnya SDGs, sehingga kontribusinya tidak hanya bersifat simbolis, namun juga mendukung upaya meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi dampak krisis kesehatan mental secara internasional. Sebagai pengarah strategis untuk gerakan yang dilakukan BTS dan UNICEF, PBB memberikan petunjuk, wadah, dan tujuan yang jelas pada kampanye '*Love Myself*'. Tanpa peran PBB, pesan penerimaan diri (*self-love*) yang diinisiasi BTS berisiko hanya sekedar fenomena budaya populer atau kampanye biasa.

PBB melalui perannya tersebut menyelaraskan kepopuleran dan daya tarik BTS dengan target resmi pembangunan berkelanjutan target SDG 3.4 yang berfokus pada peningkatan kesehatan mental remaja. PBB mengarahkan kampanye '*Love Myself*' agar memiliki aksi nyata terukur, seperti penggalangan dana resmi untuk perlindungan anak, pengumpulan partisipasi digital, hingga menyediakan panggung diplomasi resmi untuk BTS di Sidang Umum PBB. Kampanye seperti '*Love Myself*' mungkin menjadi relevan dan signifikan mengingat isu kesehatan mental global seringkali kurang mendapat prioritas yang memadai dibandingkan dengan penyakit fisik.

Melalui kampanye '*Love Myself*' yang diluncurkan pada November 2017, dan diperkuat dengan salah satu anggota dari grup BTS (*Bangtan Sonyeondan*) yang menyampaikan pidatonya selama kurang lebih 6 menit, yakni RM (melalui pidato '*Speak Yourself*') di forum internasional dalam Sidang Umum PBB yang ke-73 pada program *Youth 2030 - The UN Youth Strategy* oleh UNICEF, BTS berhasil mengubah persepsi global dengan isi pidato yang disampaikan oleh pemimpin grup mereka yang mengajak generasi muda untuk lebih berani bersuara, menemukan jati diri dan mencintai diri sendiri terlepas dari ras, latar belakang, dan juga identitas. Fenomena ini menjadi contoh nyata bagaimana aktor non-negara yang menjalin kemitraan formal dengan PBB melalui UNICEF, mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap isu-isu global, termasuk peningkatan kesadaran akan kesehatan mental, bahkan di negara asal mereka.

Fenomena peningkatan kasus kesehatan mental ini tidak hanya menjadi tantangan medis, tetapi juga secara fundamental menghambat pencapaian tujuan SDGs, khususnya dalam mewujudkan aspek kesehatan yang berkelanjutan. Apabila kasus-kasus ini tidak ditangani secara efektif, upaya untuk mencapai target SDGs secara keseluruhan berpotensi terganggu. Isu kesehatan mental terus menjadi tantangan serius di berbagai wilayah. Pada tahun 2017, persoalan kesehatan mental remaja di kawasan Asia Tenggara dan Pasifik berada di tingkat yang mengkhawatirkan. Kawasan tersebut mencakup sejumlah negara dengan jumlah penduduk yang besar, seperti Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan juga negara-negara di Asia Timur seperti Korea Selatan, Cina, serta Jepang.

Di negara berpenghasilan tinggi seperti Korea Selatan, yang menunjukkan urgensi intervensi. Negara tersebut yang menempati peringkat teratas dalam tingkat kasus bunuh diri. Meskipun angka ini sedikit menurun pada tahun 2022, tingkatnya masih tergolong sangat tinggi. Berdasarkan data dari badan statistik Korea, tercatat bahwa sebanyak 24,1 dari setiap 100.000 penduduk di negara tersebut meninggal akibat bunuh diri (TEMPO, 2024). Fakta-fakta ini mengindikasikan bahwa generasi muda di Korea Selatan menunjukkan kerentanan yang meningkat terhadap gangguan mental, yang sayangnya sering kali berujung pada konsekuensi fatal.

Secara spesifik, demografi usia di bawah 30 tahun tercatat sebagai kelompok yang paling terdampak. Hal ini mencerminkan tingginya prevalensi angka bunuh diri dalam rentang usia tersebut. Sedangkan di Indonesia, persoalan ini juga terlihat signifikan, terutama di kalangan remaja. 1 dari 3 remaja di Indonesia atau sekitar 34,9% dari total populasi remaja tersebut berdasarkan data Survei Kesehatan Mental Remaja Indonesia (I-NAMHS) tahun 2022 menunjukkan bahwa 5,5% remaja mengalami gangguan mental, dengan jenis terbanyak adalah kecemasan (3,7%), depresi (1%), dan Gangguan Stres Pasca-trauma (PTSD) sebesar 0,9% (Barus, 2022).

Meningkatnya masalah kesehatan remaja di berbagai wilayah di Indonesia diakibatkan dari berbagai tekanan, seperti tuntutan akademik, pergaulan sosial, dan penggunaan media sosial, sehingga membuat remaja semakin rentan mengalami gangguan kesehatan mental. Data survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 yang diterbitkan Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa kelompok usia 15-24 tahun dan penduduk yang masih duduk di bangku sekolah memiliki tingkat depresi

yang terhitung tinggi, yaitu 2,0%. Selain itu, tingkat depresi di wilayah perkotaan mencapai 1,7% lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah perdesaan (Kemenkes, 2023b). Kondisi tersebut juga terlihat di beberapa wilayah. Di DKI Jakarta, berdasarkan penelitian yang dilakukan *Health Collaborative Center* (HCC) di DKI Jakarta menemukan bahwa sekitar 34% remaja mengalami gejala masalah kesehatan mental. Hal tersebut sejalan dengan SKI 2023 yang mencatat tingkat depresi di DKI Jakarta 1,5% (HCC, 2024; Kemenkes, 2023). Hal serupa juga ditemukan di Kota Semarang dan Malang. Laporan dari fasilitas pelayanan kesehatan di kedua kota tersebut menunjukkan adanya ratusan remaja yang mengalami gangguan kesehatan jiwa, terutama yang berkaitan dengan kecemasan sosial dan kesulitan menyesuaikan diri. Data SKI 2023 juga mencatat tingkat depresi di Provinsi Jawa Tengah yang termasuk Kota Semarang sebesar 1,0% dan Provinsi Jawa Timur yang termasuk Kota Malang sebesar 0,7% (Radar Malang, 2025; Radio Republik Indonesia, 2024). Berdasarkan SKI 2023, tingkat depresi di Provinsi Kepri sebesar 0,5% berdasarkan SKI 2023. Di Tanjungpinang, jumlah penderita gangguan jiwa dengan depresi dan kecemasan tercatat mencapai 0,18%, membuat Dinkes Kota Tanjungpinang bergerak untuk mengembangkan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran remaja tentang pentingnya menjaga kesehatan mental (Dinkes Kota Tanjungpinang, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan kesehatan mental tidak hanya menjadi sebuah perhatian di tingkat nasional dan daerah, namun juga membutuhkan dukungan dari berbagai aktor, termasuk organisasi internasional, sebagai upaya untuk melakukan promosi dan pencegahan melalui pendekatan yang lebih dekat dengan remaja.

Di level global, UNICEF bersama PBB memandang bahwa pengaruh budaya populer bisa dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendorong perubahan sosial, terkhususnya untuk menjangkau para kaum muda. Dengan demikian, grup musik asal Korea Selatan ini hadir sebagai salah satu figur budaya populer yang dekat dengan isu dan pengalaman para penggemar yang didominasi remaja di berbagai negara. Seperti dengan perilisan album '*Love Yourself*' , BTS meluncurkan Kampanye '*Love Myself*', sebuah inisiatif advokasi global yang bekerja sama dengan UNICEF, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya mencintai diri sendiri (Azzura & Christin, 2023).

Keberlangsungan dan jangkauan global kampanye '*Love Myself*' tidak terlepas dari peran perusahaan BTS, yaitu Big Hit Entertainment. Dukungan dana untuk program *#ENDviolance* yang diinisiasi oleh UNICEF berasal dari sebagian keuntungan penjualan album seri '*Love Yourself*' milik BTS dan juga seluruh pendapatan dari penjualan *merchandise* resmi kampanye (Nur et al., 2022).

Kampanye '*Love Myself*' dirancang dengan tujuan utama mempromosikan pentingnya penerimaan diri (*self-love*) dan mengakhiri kekerasan, pelecehan, serta intimidasi, dengan fokus sasaran pada anak-anak dan remaja global. Keberhasilan kampanye tersebut sangat erat kaitannya dengan fenomena konvergensi dan komunikasi di era globalisasi, di mana kemajuan teknologi digital dan jaringan komunikasi global telah menciptakan lingkungan media yang semakin terhubung, yang tidak hanya mengubah cara masyarakat memproduksi, menyebarkan, dan menikmati kontes, tetapi juga membuka peluang kolaborasi dan pertukaran budaya lintas negara. Hal ini terlihat jelas dari pengaruh K-pop, termasuk di Indonesia,

yang mendorong kemajuan industri hiburan lokal (Swastiwi, 2024). Oleh karena itu, kondisi media yang saling terhubung ini menjadi faktor kunci yang memungkinkan pesan advokasi BTS dan UNICEF dapat menjangkau audiens secara masif hingga di berbagai negara dan memperkuat dampaknya sebagai gerakan advokasi transnasional yang efektif.

Penyebaran pesan kesehatan mental dalam kampanye ini tidak terlepas dari peran budaya partisipatif yang dijalankan oleh komunitas penggemar BTS melalui berbagai platform digital. Di media sosial Twitter, para penggemar memanfaatkan tagar seperti *#BTSLoveMyself* tidak hanya untuk menerima pesan kampanye secara pasif namun juga aktif dalam menyebarkan konten yang berkaitan tentang isu kesehatan mental (Saraswati, 2020). Dengan memanfaatkan platform media sosial sebagai ruang advokasi, ARMY selaku penggemar BTS dengan mudah melakukan edukasi sebaya dan penyebaran pesan positif secara instan yang menjangkau ke seluruh dunia.

Hubungan BTS dan ARMY tidak hanya sebatas hubungan antara musisi dan penggemar, tetapi menjadi yang sebuah ikatan solidaritas yang erat dan saling mendukung. Berdasarkan hal tersebut, ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*) tidak hanya menjadi penikmat musik saja, tetapi menjadi bagian dari komunitas global yang ikut mendukung penyebaran pesan-pesan yang disuarakan oleh BTS. Sebagai komunitas global, ARMY memiliki jaringan yang sangat luas sehingga mampu memperkuat penyebaran pesan kampanye kepada masyarakat di berbagai negara. Berdasarkan hasil dari BTS ARMY *Cencus* (2022), penggemar terbesar yang melibatkan lebih dari 562 ribu responden dari lebih 100 negara,

jumlah ARMY secara global diperkirakan mencapai puluhan juta orang yang saling terhubung melalui platform digital (ARMY Cencus, 2022). Lima negara dengan jumlah penggemar terbanyak secara berurutan adalah Meksiko, Amerika Serikat, Indonesia, Vietnam, dan Filipina.

Indonesia menjadi salah satu pusat terbesar penggemar BTS di tingkat nasional dengan jutaan penggemar. Data dari media sosial menunjukkan, akun komunitas penggemar terbesar di Instagram seperti @7fanboy.bts memiliki ratusan ribu pengikut, sementara aktivitas di platform menjadikan Indonesia sebagai negara dengan volume cuitan terkait BTS tertinggi di dunia selama beberapa tahun berturut-turut (X Blog, 2022). Jumlah ARMY yang besar di Indonesia sangat terikat dengan demografi remaja yang aktif menggunakan internet. Mengingat mayoritas penggemar berada pada usia sedang dalam mencari identitas diri, skala populasi ini mencerminkan potensi dampak yang sangat besar dari pesan-pesan kesehatan mental yang disampaikan melalui kampanye *'Love Myself'*.

Potensi dampak tersebut terealisasi melalui pelaksanaan kampanye *'Love Myself'* juga menjadi dorongan munculnya inisiatif sosial yang bersifat mandiri berbasis komunitas, salah satunya yaitu adanya ARMY *Help Center* (AHC) yang berdiri sejak 2018. Sebagai aktor non-negara, AHC berperan krusial dalam menyediakan ruang aman dan layanan pendampingan kesehatan mental melalui platform digital, yang ditujukan bukan hanya untuk penggemar BTS saja, melainkan juga untuk masyarakat luas yang membutuhkan dukungan psikologis (Putri et al., 2023)

Gerakan AHC terlahir dari respons atas memburuknya kondisi kesehatan mental penggemar-penggemar BTS akibat tekanan dari para pembenci (*K-pop haters*) yang melabeli fanatisme K-pop dianggap sebagai perilaku yang berlebihan dan tidak konstruktif (Putri et al., 2023). Keberadaan AHC menunjukkan bahwa modal sosial yang dimiliki komunitas penggemar dapat menjadi bentuk dukungan nyata yang melengkapi keterbatasan layanan kesehatan mental formal. Inisiatif ini relevan dalam menjangkau remaja di era digital yang sering kali terhambat dikarenakan keterbatasan akses layanan profesional maupun tekanan stigma sosial ketika hendak mencari bantuan.

Berdasarkan pemaparan fenomena tersebut, kontribusi advokasi dari kolaborasi ini memiliki keterkaitan erat dengan upaya mencapai target SDG 3.4, terutama dalam meningkatkan kesadaran publik, mendorong perubahan perilaku positif pada remaja, dan berpotensi memengaruhi perumusan kebijakan kesehatan di tingkat global. Hal ini menjadi sangat penting mengingat kesehatan mental remaja sering kali terabaikan dalam agenda pembangunan. Padahal, data dari WHO (2022) secara jelas menunjukkan tingginya kasus depresi dan bunuh diri di kalangan usia 15–29 tahun, suatu masalah yang dapat dikurangi melalui intervensi berbasis advokasi yang terorganisir seperti kampanye ini.

Adanya pengakuan bahwa kesehatan mental merupakan hak asasi manusia yang mendasar, tetapi juga menjadi elemen krusial dalam konteks pembangunan berkelanjutan (WHO, 2022). Dengan adanya kondisi mental yang baik, kita akan lebih mudah berhubungan dengan orang lain, berfungsi dalam kehidupan sehari-hari, menghadapi tantangan, dan menjadi pribadi yang sukses. Adapun bunuh diri

yang disebabkan dari gangguan kesehatan mental tersebut dapat memengaruhi individu dan keluarga dari segala usia dan latar belakang sosial-ekonomi. Secara global menurut WHO pada laporan kesehatan mental dunia 2022, meskipun bunuh diri menyumbang lebih dari satu dari setiap 100 kasus kematian, untuk setiap satu kasus kematian tersebut mungkin ada 20 percobaan bunuh diri.

Urgensi krisis kesehatan mental ini terlihat jelas ketika ditinjau dari demografi usia, di mana kasus bunuh diri telah menjadi penyebab kematian nomor satu di kalangan anak muda. Para remaja sangat rentan terhadap tekanan berat, mulai dari tuntutan sekolah yang tinggi, perundungan, hingga tekanan untuk diterima secara sosial. Sayangnya, ketakutan akan penilaian atau stigma sosial sering kali membuat mereka enggan atau malu mencari pertolongan yang mereka butuhkan (WHO, 2022).

Maka, penelitian ini secara spesifik akan mengupas dampak kampanye *'Love Myself'* oleh BTS dan UNICEF terhadap target SDG 3, dengan penekanan pada peningkatan kesehatan mental remaja. Analisis akan difokuskan pada pemanfaatan pengaruh musik dan media sosial untuk menyebarkan pesan positif mengenai penerimaan diri, dukungan sebaya, dan pentingnya mencari bantuan profesional. Berdasarkan peran ini, BTS telah bertransformasi dari sekadar grup musik menjadi aktor non-negara yang menjalankan fungsi advokasi sosial berbasis komunitas yang signifikan dalam isu-isu global. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman mendalam mengenai peran aktor non-negara dalam diplomasi pembangunan, sekaligus mengilustrasikan model kerja sama praktis yang efektif dalam mencapai tujuan kemanusiaan global.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana kolaborasi antara grup musik global BTS dan UNICEF dalam kampanye '*Love Myself*' memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian target 3.4 *Sustainable Development Goals*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dampak signifikan kampanye advokasi '*Love Myself*' yang merupakan hasil kolaborasi antara grup musik global BTS dan *United Nations Children's Fund* (UNICEF).
2. Mengidentifikasi kontribusi pada pemahaman terhadap peran aktor non-negara dalam mendukung target 3.4 SDG, terutama yang berkaitan dengan peningkatan kesadaran dan kesejahteraan kesehatan mental remaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi acuan untuk:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi substansial terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam dua aspek. Pertama, studi ini memperkaya literatur mengenai Aktor Non-Negara dan Diplomasi Pembangunan. Penelitian ini menyajikan model empiris tentang bagaimana entitas non-negara yang berbasis budaya populer, seperti grup musik, dapat bertransformasi menjadi aktor advokasi global yang efektif dalam kerangka SDGs, sehingga memperluas pemahaman mengenai jenis-jenis dan pengaruh *soft*

power di kancah internasional. Kedua, penelitian ini berkontribusi pada Pengembangan Konsep Komunikasi Pembangunan. Hasil analisis dampak kampanye '*Love Myself*' akan memperluas pemahaman teoritis mengenai efektivitas transmisi pesan kesehatan mental, menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang personal dan berbasis komunitas dapat menjadi alternatif yang lebih efektif dibandingkan himbauan formal, khususnya dalam isu yang rentan terhadap stigma, seperti kesehatan mental remaja.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan panduan yang berguna bagi beberapa pihak yang berkepentingan dalam upaya advokasi kesehatan mental dan pembangunan global. Pertama, bagi organisasi internasional seperti UNICEF dan lembaga PBB lainnya, temuan ini dapat dijadikan model untuk merancang kolaborasi yang lebih efektif dan masif dengan aktor non-negara (terutama selebritas global) dalam mencapai Target SDG. Kedua, bagi pemerintah dan lembaga kesehatan publik, penelitian ini menyajikan data dan fakta yang teruji mengenai dampak positif *Soft power* dalam menanggulangi isu kesehatan mental di kalangan remaja yang rentan terhadap stigma, yang dapat menjadi dasar dalam perumusan kebijakan kesehatan jiwa yang merangkul semua kalangan dan berbasis komunitas. Terakhir, penelitian ini berfungsi sebagai inspirasi bagi pergerakan akar rumput dan komunitas penggemar lainnya, menunjukkan bahwa aksi bersama yang terorganisir mereka memiliki potensi signifikan untuk bertindak sebagai pelopor perubahan sosial dan advokasi kemanusiaan di tingkat global.